

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	v
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b> vi
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Pembatasan Masalah.....	9
D. Perumusan Masalah .....	9
E. Kegunaan Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN TEORETIK</b> .....	11
A. Deskripsi Konseptual.....	11
1. Loyalitas Pelanggan (Y) .....	11
2. Citra Merek (X1) .....	15
3. Kepuasan Pelanggan (X2) .....	25
B. Hasil Penelitian Yang Relevan.....	33
C. Kerangka Teoretik.....	45
D. Perumusan Hipotesis Penelitian.....	48
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	49
A. Tujuan Penelitian .....	49
B. Tempat Dan Waktu Penelitian .....	49
C. Metode Penelitian.....	50

D. Populasi Dan Sampling.....	52
E. Teknik Pengumpulan Data .....	53
F. Teknik Analisis Data .....	69
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>74</b>
A. Deskripsi Data.....	74
B. Pengujian Hipotesis.....	89
C. Pembahasan.....	103
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN .....</b>	<b>107</b>
A. KESIMPULAN.....	107
B. IMPLIKASI.....	108
C. SARAN .....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>110</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>114</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>242</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Perizinan Penelitian.....	119
Lampiran 2 : Surat Persetujuan Penelitian.....	120
Lampiran 3 : Kuesioner Tahap Survei Awal.....	121
Lampiran 4 : Data Responden Tahap Survei Awal.....	122
Lampiran 5 : Kuesioner Tahap Uji Coba.....	145
Lampiran 6 : Data Responden Tahap Uji Coba.....	158
Lampiran 7 : Tabel Nilai – Nilai r Product Moment Dari Pearson.....	160
Lampiran 8 : Data Mentah Tahap Uji Coba Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	161
Lampiran 9 : Data Mentah Tahap Uji Coba Variabel X1 (Citra Merek).....	163
Lampiran 10 : Data Mentah Tahap Uji Coba Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan).....	165
Lampiran 11 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	167
Lampiran 12 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 (Citra Merek).....	168
Lampiran 13 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan).....	169
Lampiran 14 : Kriteria Reliabilitas Instrumen.....	170
Lampiran 15 : Kuesioner Penelitian Tahap Final.....	171
Lampiran 16 : Data Responden Sampel Tahap Final.....	183
Lampiran 17 : Data Mentah Tahap Final Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	188
Lampiran 18 : Data Mentah Tahap Final Variabel X1 (Citra Merek).....	190
Lampiran 19 : Data Mentah Tahap Final Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan).....	192
Lampiran 20 : Deskriptif Data Variabel X1 (Citra Merek), Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan), dan Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	194
Lampiran 21 : Proses Membuat Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	195
Lampiran 22 : Proses Membuat Tabel Distribusi Frekuensi Variabel X1 (Citra Merek).....	196

Lampiran 23 : Proses Membuat Tabel Distribusi Frekuensi Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan).....	197
Lampiran 24 : Histogram Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	198
Lampiran 25 : Histogram Variabel X1 (Citra Merek).....	199
Lampiran 26 : Histogram Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan).....	200
Lampiran 27 : Hasil Skor Variabel X1 (Citra Merek), Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan), dan Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	201
Lampiran 28 : Perhitungan Uji Prasyarat Analisis.....	204
Lampiran 29 : Perhitungan Persamaan Regresi Tunggal.....	208
Lampiran 30 : Perhitungan Uji Hipotesis.....	210
Lampiran 31 : Perhitungan Koefisien Determinasi.....	211
Lampiran 32 : Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi.....	212
Lampiran 33 : Titik Persentase Distribusi t .....	213

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Pengguna Peramban Di Indonesia.....	5
Tabel II.1 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	30
Tabel II.2 Matriks Variabel Hasil Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel II.3 Persamaan dan Perbandingan Penelitian.....	40
Tabel III.1 Kisi – Kisi Instrumen Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	54
Tabel III.2 Skala Penilaian Instrumen Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	55
Tabel III.3 Kisi –Kisi Instrumen Variabel X1 (Citra Merek).....	59
Tabel III.4 Skala Penilaian Instrumen Variabel X1 (Citra Merek).....	60
Tabel III.5 Kisi – Kisi Instrumen Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan).....	65
Tabel III.6 Skala Penilaian Instrumen Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan).....	66
Tabel IV.1 Deskriptif Data Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	76
Tabel IV.2 Distribusi Frekuensi Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	77
Tabel IV.3 Hasil Skor Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	78
Tabel IV.4 Deskriptif Data Variabel X1 (Citra Merek).....	81
Tabel IV.5 Distribusi Frekuensi Variabel X1 (Citra Merek).....	82
Tabel IV.6 Hasil Skor Variabel X1 (Citra Merek).....	83
Tabel IV.7 Deskriptif Data Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan).....	87
Tabel IV.8 Distribusi frekuensi Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan).....	87
Tabel IV.9 Hasil Skor Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan).....	88
Tabel IV.10 Uji Normalitas <i>Komogorov Smimov</i> Variabel X1 Citra Merek → Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	91
Tabel IV.11 Uji Normalitas <i>Komogorov Smimov</i> Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan) → Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	93
Tabel IV.12 Uji Linearitas Variabel X1 (Citra Merek) dengan Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	95
Tabel IV.13 Uji Linearitas Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan) dengan Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	96
Tabel IV.14 Uji Korelasi Parsial .....	97

Tabel IV.15 Persamaan Regresi Linier Tunggal Variabel X1 (Citra Merek) Dengan Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	98
Tabel IV.16 Persamaan Regresi Lineier Tunggal Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan) dengan Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	99
Tabel IV.17 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Variabel X1 (Citra Merek) dengan Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	101
Tabel IV.18 Uji Signifikansi Parsial (uji t) Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan) dengan Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	101
Tabel IV.19 Perhitungan Koefisien Variabel X1 (Citra Merek) dengan Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	102
Tabel IV.20 Perhitungan Koefisien Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan) dengan Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	103

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Data Pengguna Produk Peramban di Indonesia.....	4
Gambar II.1 Dimensi Citra Merek.....	24
Gambar II.2 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	26
Gambar III.1 Konstelasi Hubungan Antar Variabel.....	51
Gambar IV.1 Grafik Histogram Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	78
Gambar IV.2 Grafik Histogram Variabel X1 (Citra Merek).....	83
Gambar IV.3 Grafik Histogram Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan).....	88
Gambar IV.4 Analisis Normal Probability Plot.....	92
Gambar IV.5 Analisis Normal Probability Plot.....	94